

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

南国明珠活力十足

说数

□ 本期点评 董菲

广州有着“千年羊城、南国明珠”的美誉，一直是我国对外开放的重要窗口，更是我国贸易、消费发展的风向标。随着广州获批开展国际消费中心城市培育建设，当地商旅文体多业态快速融合发展，消费载体场景进一步升级，广州消费市场迎来了新的发展机遇。

在健康消费上，广州消费者注重健康生活方式，希望精神健康与身体健康均衡发展。例如，在娱乐活动上，广州消费者喜欢在闲暇时看一场电影或话剧；在户外活动上，他们购买了更多的运动产品，乒乓球、羽毛球和网球等运动装备在广州取得亮眼的销售增长。

在智能消费上，广州消费者非常喜欢购买智能产品，并且对智能产品的功能和品质提出了更高要求。建议相关企业在产品研发上下功夫，进一步满足消费者对新技术与新产品的追求，如打造和完善智能家居系统，让消费者可以通过手机APP远程控制家中电器设备，智能窗帘、智能开关等，从而创造更加舒适的生活环境。

在饮食消费上，广州消费者喜爱美食和饮茶的文化源远流长。历史层面看，广州自古以来就是商业和文化交流中心，吸引了来自五湖四海的人们，品尝美食便成为社交和娱乐的重要方式，以此形成独特的饮食文化和茶文化；环境层面看，广州的气候湿润，四季如春，适宜种植各种蔬菜、水果和茶叶，这些都为广州美食和茶文化提供了丰富原材料；文化层面看，广州是一个历史悠久的城市，美食和茶文化已经成为广州的代表性文化。

文娱活动多姿多彩、居家生活智能舒适、美食茗茶丰富多元……广州消费者不断追求品质生活，展现了广州的消费活力与潜力。本地企业需持续提升自身技术能力，将更多代表“广州品质”的产品销往全国，同时也需及时洞察市场动态，推出更多满足消费者需求的产品及服务，以提升企业竞争力。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

1 文娱活动多姿多彩

注：本版数据均为广州市消费数据

文娱活动消费额同比增长

844% 话剧歌剧票

791% 电影卡

157% 摄影写真

200% 旅游期刊
89% 导游必备
104% 旅游摄影

户外活动策划同比增长

646% 乒乓球装备

392% 网球装备

532% 羽毛球装备

867% 婴儿游泳服务

116% IP定制服务

313% 生活美容服务

生活服务消费额同比增长

广州有丰富的历史古迹和自然风光等旅游资源，有闻名遐迩的美食和齐全的服务类基础设施，每年来的游客络绎不绝。建议相关企业更加注重不同地区消费者的多元需求，结合广州的地区特色，融汇不同文化，升级相应服务和产品，让旅游市场更富内容、更加活跃。

广州消费者非常注重饮食与饮茶，他们喜欢在餐馆或街头小摊品尝各种美食，也喜欢从网上选购各种食品。值得注意的是，广州消费者常常能引领全国饮食消费风潮，其口味变化能够影响全国各地。对此，相关企业研发产品时，可以广州为突破口，着重在产品口味上下功夫、在品质上做文章，实现由点到面的升级。

2 居家生活智能舒适

智能装备消费额同比增长

16倍 智能窗帘

15倍 智能墙插

9倍 智能开关

家具消费额同比增长

659% 儿童衣帽架
631% 懒人沙发
561% 儿童书柜

床上用品消费额同比增长

179% 水暖毯

141% 软管枕

123% 电热毯

3 美食茗茶丰富多元

进口食品消费额同比增长

373% 膨化谷物

369% 咖啡液

341% 白巧克力

252% 酸角/甜角

200% 蓝莓干

126% 加应子/李子干

休闲零食消费额同比增长

粮油调味消费额同比增长

454% 有机食品

192% 干货礼盒

121% 杂粮面粉

536% 贡眉

160% 寿眉

96% 瓜片

茗茶消费额同比增长

4 广州各区域消费趋势变化

从各区域各品类占比看消费偏好

最爱美食的消费者来自：
越秀区 食品饮料消费额占比超8%

最爱家装的消费者来自：
番禺区 家装建材消费额占比超6%

最爱运动的消费者来自：
花都区 运动户外消费额占比超4%

5 消费者画像

从年龄看消费者更倾向选择的商品品类及用户数占比

16岁至25岁 运动户外类商品 占比超20%

26岁至35岁 食品饮料类商品 占比超30%

36岁至45岁 家装建材类商品 占比超30%

从性别看消费者更倾向选择的商品品类及用户数占比

在家装、运动户外消费上，男性消费者占比超50%
在食品饮料商品消费上，女性消费者占比超50%

消费额占比增长TOP5区域

白云区 +1.8%

番禺区 +0.9%

增城区 +0.4%

天河区 +0.7%

荔湾区 +0.5%



更多内容 扫码观看

数据周期：2022全年